

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN BAGI NASABAH DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS PELAYANAN *ELECTRONIC CHANNEL***

(Studi pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonom (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan
Bisnis Islam**

Oleh

SHOPIA SHAC PUTRI

NPM.1551020303

Program Studi: Perbankan Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441H/2020M**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN BAGI NASABAH DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS PELAYANAN *ELECTRONIC CHANNEL***

(Studi pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonom (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan
Bisnis Islam**



Pembimbing I : Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I

Pembimbing II : Fatih Fuadi, M.S.I

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

LAMPUNG

1441H/2020M

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat sangat mendukung kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan kepada nasabah dan berpengaruh terhadap perkembangan pelayanan jasa dunia perbankan. Bank Mega Syariah didalam perkembangannya tidak hanya berfokus pada produk penghimpunan dan penyaluran sana saja, akan tetapi juga melakukan inovasi di bidang pelayanan jasa yang memanfaatkan teknologi yakni dengan adanya fasilitas layanan *Electronic Channel* atau *E-Channel*. Hal ini tentunya harus terus diperhatikan dan dikembangkan seiring dengan perkembangan zamandi era globalisasi saat ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa dan memberikan kenyamanan serta kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: 1) Bagaimana fasilitas layanan *electronic channel* pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung? 2) Bagaimana tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan *electronic channel* pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung? 3) Bagaimana kualitas pelayanan *electronic channel* dalam perspektif Islam?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Sumber data pada penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder. Sampel pada penelitian ini sebanyak 98 responden yang diambil dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *Incidental Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data dengan menggunakan Data Reduction (reduksi data), Data Display (penyajian data) dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, layanan *e-channel* pada Bank Mega Syariah ini meliputi: Mega Mobile Syariah, Mega Internet, EDC Mobile Mega Syariah, *Cash Management System* (CMS), *Virtual Account* (VA). Dan tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan nasabah pada layanan *electronic channel* berpengaruh dalam meningkatkan kualitas pelayanan bank. Layanan *electronic channel* pada Bank Mega Syariah telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Kata Kunci: *Electronic Channel*, Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Tingkat Kepuasan



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN BAGI NASABAH DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN ELECTRONIC CHANNEL (Studi Pada Bank Mega Syariah KC. Bandar Lampung)

Nama : Shopia Shac Putri
NPM : 1551020303
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I

NIP. 197707252002121001

Pembimbing II

Fatih Fuadi, M.S.I

NIP. 198512192015031006

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy

NIP. 198208082011012009



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"ANALISIS TINGKAT KEPUASAN, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN BAGI NASABAH DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN *ELECTRONIC CHANNEL*"** disusun oleh Shopia Shac Putri NPM: 1551020303, Jurusan: Perbankan Syariah telah diujikan pada sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/tanggal: Jum'at, 20 Desember 2019.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang : Dr. H. Nasruddin, M.Ag

Sekretaris : Heni Verawati, M.A

Penguji I : Ahmad Habibi, S.E., M.E

Penguji II : Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I
NIP. 198008012003121001

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”. (Q.S Asy-Syarah: 5)¹



¹ *Qur'an Tajwid Dilengkapi Terjemah*, (Jakarta: Maghfiroh Pustaka, 2006), h. 47

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua Ibu Susiani dan Bapak Sunandar tercinta, yang selalu memberi dukungan semangat, materil, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kakekku tercinta yang sudah tiada Alm. Muhammad Sah
3. Kakak-kakakku tercinta Alm. Eli Susanti, Lamiyati, Epi Damayanti, Liza Puspita Sari
4. Seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan dorongan moril maupun materil.
5. Sahabat-sahabat ku tercinta Linggar Prada Putra.
6. Keluarga besar Perbankan Syariah kelas G dan Teman-teman seperjuangan di Perbankan Syari'ah angkatan 2015.
7. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

RIWAYAH HIDUP

Penulis mempunyai nama lengkap Shopia Shac Putri, putri terakhir dari pasangan Bapak Sunandar dan Ibu Suasiani yang lahir di Desa Tanjung Tebat, Kecamatan Bukitkemuning, Kabupaten Lampung Utara pada tanggal 27 Maret 1997. Penulis mempunyai kakak perempuan yang bernama Alm. Eli Susanti, Lamiyati, Epi Damayanti, Liza Puspita Sari.

Penulis mengawali pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 4 Bukit Kemuning selesai pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 4 Bukit Kemuning selesai pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Bukit Kemuning selesai tahun 2015. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi, yaitu pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, mengambil Progran Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang tak terhingga kepada Dzat Yang Maha Agung, Penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia dan nikmat-Nya, kesehatan jasmani dan rohani, serta kekuatan lahir dan batin. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan, Keaman dan Kemudahan Penggunaan Bagi Nasabah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Electronic Channel (Studi Pada PT. Bank Mega Syariah KC. Bandar Lampung”. Sebagai syarat akhir untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Shalawat teriring salam tak lupa penulis haturkan kepada suri tauladan umat islam, baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarganya, sahabat dan para pengikutnya yang telah memberikan tuntunan menuju jalan yang terang (ilmu pengetahuan) dengan akhlak yang mulia.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, S.Ag., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.

3. Bapak Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I selaku pembimbing I yang telah memberikan perhatian, bimbingan, arahan dan masukan yang berarti selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Fatih Fuadi, M.S.I selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, usulan perbaikan sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung yang dengan penuh pengabdian telah memberikan Ilmu pengetahuan pada penulis selama di bangku kuliah.
6. Kepada seluruh staff akademik dan pegawai perpustakaan yang memberikan pelayanan yang baik dalam mendapatkan informasi dan sumber referensi, data dan lain-lain.
7. Kepada pimpinan Bank Mega Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung khususnya Pak Agus yang telah membantu dalam pelaksanaan Riset, Kepada Sahabat-sahabat dan semua yang terkasih yang telah membuat semangat sampai sekarang ini.
8. Teman-teman angkatan 2015 program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung.
9. Teman-teman KKN Kelompok 98 tahun 2018 di desa Waygalih, Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan.
10. Ibu Bapak Kost Shabinah beserta penghuni yang selama ini telah menjadi keluarga dari awal dan hingga kelahir masa kuliah.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis Menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan waktu. Untuk itu kiranya pembaca dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi tulisan ini.

Akhirnya atas jasa dan bantuan semua pihak, baik berupa pemikiran dan lain sebagainya. penulis hanya bisa membalas dengan doa. Dan semoga Allah SWT membalasnya dengan imbalan pahala yang berlipat ganda dan menjadikan sebagai amal jariyah yang tidak pernah surut mengalir pahalanya, dan mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan berkah bagi penulis dan semua pihak. Aamiin

Bandar Lampung, Januari 2020

Penulis,

Shopia Shac Putri
NPM 1551020303

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah	5
D. Fokus Penelitian	13
E. Rumusan Masalah	14
F. Signifikasi Masalah	14
G. Tujuan Penelitian	15
H. Kegunaan Penelitian	15
I. Metode Penelitian	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah	
1. Pengertian Bank Syariah	25
2. Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional	27
B. Teori Kepuasan Konsumen	
1. Pengertian Kepuasan	30
2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	31
3. Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan	33
4. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam	35
C. Teori Keamanan	
1. Pengertian Teori Keamanan	37
2. Indikator Keamanan	38
D. Teori Kemudahan Penggunaan	
1. Pengertian Teori Kemudahan Penggunaan	39
2. Indikator Kemudahan Penggunaan	40

E. <i>Electronic Channel</i>	
1. Pengertian <i>Electronic Channel</i> -----	41
2. Layanan <i>Electronic Channel</i> -----	42
F. Teori Kualitas Pelayanan	
1. Pengertian Kualitas Pelayanan -----	49
2. Dimensi Kualitas Pelayanan -----	50
3. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik dan berkualitas-----	52
4. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam -----	53
G. Tinjauan Pustaka -----	59

BAB III HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung	
1. Sejarah Singkat & Perkembangan Perusahaan -----	63
2. Visi dan Misi Bank Mega Syariah -----	65
3. Struktur Organisasi Bank Mega Syariah -----	66
4. Logo Bank Mega Syariah -----	67
5. Kegiatan Usaha Bank Mega Syariah -----	67
B. Karakteristik Responden	
1. Usia Responden -----	71
2. Jenis kelamin -----	72
3. Jenis Pekerjaan -----	73
4. Pendidikan Terakhir -----	74
C. Karakteristik Jawaban Responden	
1. Hasil Pertanyaan Mengenai Kepuasan Nasabah -----	75
2. Hasil Pertanyaan Mengenai Keamanan -----	77
3. Hasil Pertanyaan Mengenai Kemudahan Penggunaan -----	79
4. Hasil Pertanyaan Mengenai Fasilitas Layanan -----	80
D. Fasilitas <i>Electronic Channel</i> Pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung -----	83
E. Tingkat Kepuasan, Keamanan dan Kemudahan Penggunaan Bagi Nasabah Dalam Meningkatkan kualitas Pelayanan <i>Electronic Channel</i> Pada Bank Mega syariah KC Bandar Lampung -----	84

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Fasilitas Layanan <i>Electronic Channel</i> Pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung -----	86
B. Analisis Tingkat Kepuasan, Keamanan dan Kemudahan Penggunaan Bagi Nasabah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan <i>Electronic Channel</i> Pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung -----	92
C. Analisis Layanan <i>Electronic Channel</i> Dalam Perspektif Islam -----	102

BAB V Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan -----	110
B. Saran -----	111

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan <i>E-Channel</i> Pada Bank Mega Syariah.....	12
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	27
Tabel 2.2 Perbedaan Bagi Hasil dan Riba	28
Tabel 3.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 3.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 3.4 Jenis Pekerjaan yang Menggunakan <i>E-Channel</i> BMS	73
Tabel 3.5 Riwayat Pendidikan Responden Pengguna <i>E-Channel</i>	74
Tabel 3.6 Jawaban Responden Kepuasan Nasabah	75
Tabel 3.6 Jawaban Responden Keamanan Penggunaan	77
Tabel 3.6 Jawaban Responden Kemudahan Penggunaan	79
Tabel 3.6 Jawaban Responden Fasilitas Layanan <i>E-Channel</i>	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Bank Mega Syariah	66
Gambar 2.2 Logo Bank Mega Syariah.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Permohonan Riset Di Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung

Lampiran 2 Surat Balasan Izin Riset Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung

Lampiran 3 Formulir Konsultasi Skripsi

Lampiran 4 Berita Acara seminar Proposal Skripsi

Lampiran 5 Berita Acara Sidang Munaqosyah

Lampiran 6 Panduan Wawancara

Lampiran 7 Kuisisioner

Lampiran 8 Formulir Permohonan Menjadi Nasabah Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung

Lampiran 9 Formulir Pendaftaran User *Electronic Channel* Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung

Lampiran 10 Gambar Penyebaran Angket Kepada Staff dan Nasabah Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung

Lampiran 11 Gambar Wawancara Kepada Bapak Soni Selaku Funding Officer

Lampiran 12 Surat Penyelesaian Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul dalam penelitian ini adalah “Analisis Tingkat Kepuasan, Keamanan dan Kemudahan Penggunaan Bagi Nasabah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Electronic Channel (E-CHANNEL)*”. Sebelum penulis menguraikan penjelasan lebih lanjut terkait penelitian ini, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini guna menghindari kekeliruan bagi pembaca.

Penegasan judul ini dibuat untuk membatasi makna kalimat dalam penulisan dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud.

1. **Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.¹
2. **Kepuasan** adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.²
3. **Keamanan** adalah keadaan bebas dari bahaya berhubungan kejahatan,

¹ Adi Gunawan, *Kamus Cerdas Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 2003), h.25

² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.193

segala jenis kecelakaan dan lain-lain.³

4. **Kemudahan Penggunaan** didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.⁴
5. **Nasabah** adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).⁵
6. **Kualitas pelayanan** adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.
7. **Layanan *Electronic Channel (E-Channel)*** adalah layanan perbankan yang menggunakan media elektronik, baik itu *mobile*, SMS, internet, internet bisnis, dan *mobile-ATM*. Dengan layanan *e-channel* ini, serasa ATM ada dalam genggaman. Transaksi yang dilakukan lewat layanan ini juga tidak perlu diragukan lagi keamanannya karena banyak bank yang sudah mendesain sistem keamanan berlapis yang sudah terjamin keandalannya.⁶

Berdasarkan apa yang dimaksudkan pada judul diatas yaitu terkait

³ Pengertian Keamanan, <https://id.wikipedia.org/wiki/Keamanan>, 31 agustus 2019, pukul 23.14 WIB.

⁴ Davis, "Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology", *Jurnal Management Information System* (Online) Vol. 13, No.3, h.318

⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online Arti Nasabah, <https://kbbi.web.id/nasabah>, diakses pada 31 Agustus 2019, Pukul 23.25 WIB.

⁶ Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*. (Yogyakarta: Percetakan ANDI, 2013), h.104

analisis tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan *Electronic Channel* (*e-channel*), bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari sudut dimensi kualitas pelayanan atau yang sering disebut dengan *Service Quality* (*servqual*) dan indikator-indikator yang dapat menentukan tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan. Judul ini bermaksud untuk memberikan gambaran terkait analisa tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan layanan *electronic channel* di Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung.

B. Alasan Memilih Judul

Dalam memilih judul ini ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan dan melandasi penulis, diantaranya:

1. Alasan Obyektif

Perbankan syariah sebagai lembaga *intermediary* yang berprinsipkan Islamiyyah dalam memberikan fasilitas jasa bank tentunya sangat mengedepankan kebutuhan para nasabahnya. Dalam hal ini Bank Mega Syariah menyediakan layanan *Electronic Channel* (*e-channel*) atau yang lazim disebut dengan *E-Banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan melalui media elektronik agar dapat melakukan transaksi perbankan, selain yang ada di kantor cabang dan ATM. Nasabah tentunya tidak perlu lagi untuk menepuhkan cara tradisional yang memakan banyak waktu untuk antri

di kantor-kantor bank atau ATM, karena saat ini banyak transaksi perbankan yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan praktis dan mudah menggunakan jaringan elektronik seperti internet dan telepon selular.

Layanan *E-Channel* yang tersedia di Bank Mega Syariah diantaranya adalah Mega Syariah *Mobile*, Mega *Internet*, *EDC Mobile* Mega Syariah, *Cash Management System (CMS)* dan *Virtual Account (VA)*. Dalam periode 2017-2018 jumlah nasabah pada Bank Mega Syariah mengalami peningkatan akan tetapi hal tersebut tidak seimbangnya dengan jumlah *User* fasilitas layanan jasa *Electronic Channel* Bank Mega Syariah.⁷ Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana analisis tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah dalam meningkatkan kualitas layanan *electronic channel* di Bank Mega Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung.

2. Alasan Subyektif

- a. Judul yang akan diteliti sesuai dengan program studi penulis yaitu perbankan syariah, serta didukung pula oleh tersedianya literature atau referensi yang menunjang dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, baik secara primer ataupun sekunder.
- b. Memberikan pengetahuan secara luas bagi penulis dan juga pembaca mengenai layanan *electronic channel* yang ada di

⁷ Evan Reneldy, (*Staff FO Retail Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung*), Wawancara Pada Tanggal 02 Juni 2019)

perbankan terutama Bank Mega Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung secara riil.

C. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini teknologi berkembang semakin pesat bersamaan dengan perkembangan zaman yang semakin maju. Informasi dan teknologi terus berkembang di berbagai bidang industri, kesehatan, ekonomi, pendidikan dan lain sebagainya. Hal ini memberikan dampak pada industri perbankan yakni menyebabkan mereka harus memberikan kemudahan dan pelayanan berbasis teknologi modern untuk mewujudkan inovasi terbaru pada produk-produknya agar masyarakat dapat mengakses dan menikmati layanan perbankan dengan efisien, mudah dan efektif.

Istilah perbankan merupakan sesuatu yang tidak asing bagi penduduk di Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, dimana yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁸

⁸Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Revisi (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 25

Indonesia adalah salah satu Negara yang menerapkan *dual bank system* yaitu sistem perbankan syariah dan konvensional.⁹ Bank konvensional adalah bank yang aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu, biasanya persentase ini ditetapkan per tahun.¹⁰ Sedangkan bank syariah menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yakni bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah, dengan kata lain bank syariah tidak mengandung unsur bunga, serta unsur-unsur ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam operasionalnya.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT pada QS. Al-Imran ayat 130 yang berbunyi:¹¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
١٣٠

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan” (Al-Imran:130).

Dari ayat diatas, Allah SWT menegaskan kepada hambanya untuk tidak melakukan riba dan mengharamkannya. Menurut bahasa, *riba*

⁹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 25

¹⁰ Totok Budi Santoso dan Sigit Triandru, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 153

¹¹ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cibinong: Pustaka Al-Mubín, 2013), h.66

adalah *ziyadah* (tambahan) atau *nama'* (berkembang), sedangkan menurut istilah *riba* adalah penambahan pada harta dalam akad tukar-menukar tanpa adanya imbalan atau pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil.¹² Dalam bahasa Indonesia *riba* diartikan sebagai bunga (sedikit maupun banyak).¹³ Hal ini menjadi pedoman bagi perbankan syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.¹⁴ Artinya bank syariah dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan sesuai dengan Al-quran dan As-sunnah (syariah Islam). Sistemnya tidak menggunakan unsur *riba* (bunga) tetapi dengan bagi hasil atau *margin* yang ditetapkan diawal untuk menetapkan keuntungan yang akan diperoleh antara pihak nasabah dan pihak bank.

Seiring dengan pesatnya dunia usaha, maka peranan lembaga keuangan juga semakin meningkat. Mengingat peran bank sebagai lembaga perantara keuangan atau biasa disebut dengan *financial intermediary* sangat penting bagi masyarakat, maka perbankan sebagai lembaga yang profesional akan selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya. Karena bagi pihak bank kenyamanan, kemudahan dan kepuasan merupakan hal utama yang harus diperhatikan salah satunya pada bagian pelayanan nasabah. Di era modernisasi saat ini masyarakat menginginkan

¹² Berbagai reviews, "*Riba, Pengertian dan Jenis-Jenis Riba, Usury (alrriba)*", <https://www.berbagaireviews.com/2017/03/riba-pengertian-dan-jenis-jenis-riba.html>, pada tanggal 03 April 2019 Pukul 21.09

¹³ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h.14

¹⁴ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.58

sesuatu yang cepat, murah, mudah dan aman serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, sama halnya dengan nasabah bank yang menginginkan hal yang instan dalam bertransaksi, maka bank memberikan solusi untuk para nasabahnya dengan *self service*. Sebagai contoh, dengan adanya fasilitas berbasis *electronic channel* yang telah mendorong layanan perbankan menjadi relatif tidak terbatas, baik itu dari segi waktu maupun jangkauan wilayah. Hal ini tentunya akan meningkatkan volume dan nilai transaksi keuangan secara signifikan.

Tingkat kepercayaan, keamanan dan kemudahan penggunaan menjadi poin pertimbangan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan. Akan tetapi, yang paling berpengaruh untuk tingkat persaingan yang terjadi antar bank adalah faktor fasilitas pelayanan jasa bank dalam memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabahnya. Kemudian, ketika faktor lain sudah memberikan hasil yang memuaskan bagi nasabah, maka selanjutnya yang dicari oleh nasabah adalah seberapa canggih dan banyaknya fasilitas yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Kondisi ini dapat dimanfaatkan oleh pihak bank untuk terus melakukan inovasi terhadap kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.

Dalam hal ini, kepuasan bukan menjadi kesesuaian suatu produk dengan tingkat standar tertentu, akan tetapi kepuasan konsumen dilihat dari apakah suatu produk dapat memenuhi harapan dan atau kebutuhan konsumen. Dimana kepuasan itu ditentukan oleh konsumen. Terciptanya

suatu loyalitas terhadap perusahaan yang mengeluarkan produk adalah dari kepuasan konsumen.

Dalam menciptakan kepuasan bagi konsumennya, sebuah perusahaan harus banyak melakukan terobosan-terobosan dan inovasi terhadap kemajuan teknologi dalam melayani kebutuhan konsumennya. Apalagi dimasa sekarang ini, masyarakat cenderung menginginkan segala sesuatu itu mudah, cepat, nyaman, dan bebas. Sama halnya dengan perbankan, nasabah umumnya akan memilih bank yang mampu memberikan manfaat dan keuntungan maksimal dengan risiko pengorbanan yang kecil. Kenyataan yang dialami pada usaha perbankan, bahwa nasabah sering berpindah bank demi suatu pelayanan yang baik. Hal ini lah yang mendorong industri perbankan untuk terus berinovasi dalam menciptakan teknologi yang terbaru dan tercanggih serta memberikan layanan yang baik, agar dapat bersaing dengan baik, serta dapat menarik minat nasabah untuk mencoba produk yang ditawarkannya tersebut. Bank Mega Syariah dengan layanan *e-channel*-nya mencoba menawarkan suatu teknologi perbankan yang praktis, mudah dan aman untuk digunakan oleh penggunanya.¹⁵

Untuk menanggapi hal tersebut, bank menyediakan inovasi terbaru yakni layanan dari *electronic channel* atau nama lainnya *e-banking* untuk membantu memenuhi kebutuhan dalam melakukan transaksi perbankan.

¹⁵ Eny Kustiyah, Dewi Wahyuningsih, "Jurnal Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Transaksi E-Banking Pada Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi." (Solo: Universitas Islam Batik Surakarta).Diakses pada Kamis, 04 April 2019 pukul 19.25.

Tujuan utama dari *internet banking* ini untuk mempermudah nasabah melakukan aktivitas perbankan tanpa harus menempuh cara tradisional, seperti mengunjungi kantor bank dan berurusan dengan petugas bank. Layanan *internet banking* akan selalu terkait dengan rekening bank nasabah, sehingga setiap kegiatan perbankan akan terefleksi secara langsung. Dengan adanya layanan ini, pola transaksi antara bank dan nasabah menjadi lebih fleksibel. Nasabah dapat mengakses layanan *internet banking* selama terhubung dengan internet untuk melakukan kegiatan perbankan tanpa terhambat suatu apapun. Seperti, transfer dana antar rekening bahkan antar bank, pembayaran tagihan (telpon, listrik, air, asuransi, angsuran dll), melakukan pembelian, informasi saldo rekening termasuk mutasi rekening dan fasilitas layanan.¹⁶

Electronic Channel atau *e-channel* menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan adalah layanan perbankan yang menggunakan media elektronik, baik itu *mobile banking*, *SMS Banking*, Internet, Internet Bisnis, dan *mobile ATM*. Dengan *e-channel*, serasa ATM dalam genggam. Transaksi yang dilakukan lewat layanan ini juga tidak perlu diragukan lagi keamanannya karena banyak bank yang sudah mendesain sistem keamanan berlapis yang sudah terjamin keandalannya.¹⁷

Saat ini semua perbankan menerapkan layanan *electronic channel* atau *e-banking* begitu pula dengan Bank Mega Syariah. Bank Mega

¹⁶ Layanan Internet Banking: Electronic Banking (E-banking), <https://www.aturduit.com/articles/panduan-perbankan/jasa-dan-layanan-bank/>. Diakses Kamis, 04 April 2019 pukul 18.00.

¹⁷ Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce* (Yogyakarta: Percetakan ANDI, 2013), h.104

Syariah dengan layanan *e-channel*-nya mencoba menawarkan inovasi teknologi perbankan yang praktis, mudah dan aman untuk digunakan oleh nasabahnya. Tinjauan umum, kepuasan dan kualitas pelayanan pelanggan sering di rekognisikan sebagai upaya dalam mengestimasi kinerja keuangan suatu perusahaan. Maka dari itu, bank harus memberikan nilai pelayanan yang tinggi terhadap nasabahnya.

Mega *Internet* atau istilah lain *Internet Banking* merupakan salah satu dari layanan *e-channel* yang ada pada Bank Mega Syariah. Fasilitas Mega Syariah ini adalah layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam, kapan pun dan dimana pun nasabah berada menggunakan apapun seperti *notebook*, *personal computer* atau *smartphone* selama terhubung dengan jaringan internet. Nasabah akan di manjakan dengan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Dengan Mega *Internet* ini, nasabah juga dapat melakukan transaksi non finansial, contohnya informasi saldo dan mutasi rekening, serta transaksi finansial seperti transfer antar rekening Mega Syariah, transfer *online* antar bank, *kliring* dan RGTS. Demi keamanan dan kenyamanan nasabahnya Bank Mega Syariah melengkapi layanan *internet banking* dengan dukungan keamanan Enkripsi *Security Socket Line* (SSL) 128 bit, sertifikat Verisign serta dilengkapi dengan password dinamis (OTP) untuk otorisasi setiap transaksi.

Tabel 1.1

Perkembangan *e-channel* Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung 2017-2018

No.	<i>E-CHANNEL</i>	2017	2018
1	Mega Syariah <i>Mobile</i>	1.307user	1.479 user
2	Mega Syariah <i>Internet</i>	898user	953 user
3	<i>EDC Mobile</i> Mega Syariah	657user	673 user
4	<i>Cash Management System (CMS)</i>	143user	156 user
5	<i>Virtual Account (VA)</i>	588user	591 user
	Total userE-Channel	3.593	3.852
	Nasabah Bank Mega Syariah	4.102	4.750

Sumber : Annual Report Mega Syariah 2018

Dari data laporan keuangan diatas, menunjukkan perkembangan peningkatan pengguna (*user*) dari layanan *electronic channel* pada Mega Syariah KC Bandar Lampung. Namun, hal tersebut tidak beriringan dengan peningkatan jumlah nasabahnya. Hampir kurang dari 50% nasabah Mega Syariah tidak menggunakan layanan *e-channel* ini.¹⁸ Mengapa demikian? Belum diketahui secara pasti apakah tingkat kepuasan,

¹⁸ Annual report Mega Syariah 2018, h.174

keamanan atau kemudahan penggunaan nasabah menjadi salah satu faktor kurangnya jumlah *user*. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Branch Ops. Manager Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengetahui penyebab penurunannya tersebut adalah dengan melakukan evaluasi layanan *e-channel* ini.

Ulasan terkait *e-channel* ini di harapkan akan mampu mengukur tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan nasabah terhadap kualitas pelayanan *e-channel* serta mengidentifikasinya untuk dimanfaatkan demi mempertahankan keberadaan Bank Mega Syariah di berbagai aspek layanan sehingga margin akan terus bertahan dan dapat ditingkatkan.

Gambaran permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Tingkat Kepuasan, Keaman dan Kemudahan Penggunaan Bagi Nasabah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Electronic Channel* (E-Channel)”** (Studi Pada PT. Bank Mega Syariah KC. Bandar Lampung)”

D. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian masalah diatas, yaitu tentang analisis tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah dalam meningkatkan kualitas layanan *electronic channel* (*e-channel*) maka fokus penelitian ini pada semua layanan *Electronic Channel* yang ada di Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung dan Objek wawancara dalam

penelitian ini adalah nasabah (*user*) *e-channel* yang ada di Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana fasilitas layanan *electronic channel* yang ada pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung?
2. Bagaimana tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan *electronic channel* pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung?
3. Bagaimana pelayanan *electronic channel* dalam persepektif Islam?

F. Signifikasi Penelitian

Berdasarkan Latar belakang masalah yang ada, maka timbul beberapa persoalan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Inovasi pada program layanan *electronic channel* perlu dikembangkan.
2. Diadakannya prosedur penggunaan layanan ini.
3. Cara meningkatkan minat penggunaan layanan *electronic channel* pada setiap nasabah.
4. Program layanan yang simpel atau mudah untuk diaplikasikan oleh nasabah.
5. Pandangan Islam mengenai layanan *electronic channel*

G. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, peneliti bertujuan mengetahui:

1. Untuk mengetahui berbagai saluran *electronic channel* pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan *electronic channel* pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pelayanan *electronic channel* pada perspektif Islam.

H. Manfaat Penelitian

Hal yang penting dari sebuah penelitian adalah manfaat yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tunjangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang kajian Perbankan Syariah sebagai salah satu bagian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis

Untuk memperluas pengetahuan serta wawasan bagi peneliti perihal pengaplikasian layanan *electronic channel* (E-

Channel) yang ada di Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung, serta dapat dijadikan sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu perbankan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan memperluas pengalaman dalam penelitian.

b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini dapat menambah literature yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa/siswi UIN Raden Intan Lampung, serta diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya yang nantinya akan meneliti permasalahan serupa.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas terhadap pengetahuan terkait *electronic channel* (*e-channel*) bagi para pembaca dan juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai layanan *electronic channel*.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan dalam kanc

yang sebenarnya.¹⁹ Hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lokasi penelitian. Adapun lokasi penelitian ini di Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Dimana jenis penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif dan informasi yang diperoleh dari lembaga yang berkaitan dengan objek penelitian.²⁰

b. Sifat Penelitian

Berdasarkan sifat penelitiannya, penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif. Guna untuk memperoleh penjelasan yang secara mendetail dari situasi.²¹ Selain itu penulis juga menggunakan metode kepustakaan (*library research*) guna membantu melengkapi data dalam proposal ini.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat

Bank Mega Syariah Kantor Cabang Bandar Lampung yang beralamatkan di Jl. Sultan Agung, Waydadi, Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung.

¹⁹P. Joko Subagyo, *Metode penulisan Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h.66

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.12

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h.69

b. Waktu

Waktu penelitian selama 3 bulan dimulai 29 Mei – 12 Agustus 2019.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan beberapa metode yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.²² Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap kualitas pelayanan *electronic channel* pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung dalam perspektif Islam.

b. Wawancara

Wawancara, yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan maka dalam suatu topik tertentu.²³ Dengan mengambil narasumber perwakilan dari staf Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung dan dilakukan secara langsung.

²² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h.32

²³ *Ibid*, h.410

c. Kuesioner

Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (nasabah) untuk dijawabnya.²⁴ Kuesioner ini berisi pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban alternatif yang berkenaan dengan layanan *electronic channel* pada Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung. Adapun skala yang dipakai adalah skala ordinal yang dapat mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.²⁵ Skala ini menggunakan 5 skor yaitu sebagai berikut:



Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Ragu (RG)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010) h.12

²⁵ *Ibid*, h.133

4. Populasi dan Sampel

a. populasi

populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁶ Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung sebanyak 4.750.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil harus benar-benar *representative* (mewakili).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.²⁷ Penentuan jumlah sampel dari populasi ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:²⁸

²⁶ *Ibid*, h.410

²⁷ Sugiono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif* h. 81

²⁸ *Ibid*, h.85

$$n = \frac{N}{1+(N(e)^2)}$$

n = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan.

Pada penelitian ini jumlah populai yang digunakan adalah sebesar 4.750 dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

$$n = 4.750/1+(4.750(10\%)^2)$$

$$n = 97,9 \text{ (dibulatkan menjadi 98)}$$

Hasil perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 98 orang dan teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan *Non Probability Sampling* dengan cara *Incidental Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan, yakni siapa saja yang secara betulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

5. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang berasal langsung dari sumber data

yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, atau sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian yang bersifat kualitatif, sampel sumber data dipilih secara *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. Penentuan sampel sumber data pada proposal masih bersifat sementara dan akan berkembang kemudian setelah peneliti dilapangan. Sampel sumber data pada tahap awal memasuki lapangan di pilih orang yang memiliki power dan otoritas pada situasi sosial atau objek yang diteliti, sehingga mampu membukakan pintu kemana saja peneliti akan melakukan pengumpulan data.²⁹ Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, peneliti terlebih dahulu memilih beberapa sampel yang dianggap paling mengetahui tentang objek / situasi sosial yang diteliti, dalam hal ini data yang diperoleh peneliti merupakan data dari hasil penelitian lapangan melalui wawancara langsung antara peneliti dengan staf Bank Mega Syariah KC Bandar Lampung.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain, misalnya berupa buku-buku yang berkaitan, dokumen, laporan-laporan, jurnal penelitian dan artikel yang masih berkaitan dengan materi penelitian. Adapun data sekunder yang dipakai dalam penelitian pengaruh tingkat

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 293

kepuasan, keamanan dan kemudahan bagi nasabah terhadap kualitas pelayanan *e-channel* ini dengan cara dari jurnal ilmiah penelitian terdahulu, buku, laporan keuangan dan situs web.

6. Pengelolaan Data

Setelah data dikumpulkan melalui tahapan yang diatas, maka peneliti dalam mengelola datanya menggunakan beberapa metode, diantaranya:

- a. Editing, yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah lengkap, sudah benar, sudah sesuai (relevan) dengan masalah.
- b. Klarifikasi, yaitu pengelompokkan data sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakan pengecekan.
- c. Interpretasi, yaitu memberikan penafsiran pada hasil akhir presentase yang diperoleh melalui observasi sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisis dan menarik kesimpulan.

7. Analisis Data

Analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami oleh diri sendiri maupun oranglain. Berdasarkan penjelasan

tersebut maka analisis data ini sendiri dilakukan dengan tiga cara yakni:

a. Data Reduction (reduksi data)

Reduksi data merupakan data yang dapat dari lapangan yang cukup banyak kemudian merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak diperlukan.³⁰

b. Data Display (penyajian data)

Penyajian data pada penelitian ini bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.³¹ Diharapkan dengan melakukan penyajian data dapat memperoleh gambaran mengenai kualitas pelayanan *e-channel*.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, kesimpulan didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten.³²

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*..... h.431

³¹*Ibid*, h.434

³²*Ibid*, h.438

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

1. Definisi Bank Syariah

Definisi bank berasal dari bahasa itali yaitu *Banco* yang artinya adalah Bangku. Bangku yang dimaksud disini sebagai meja operasional para banker zaman dahulu dalam melayani seluruh nasabahnya. Kemudian istilah bangku ini kemudian menjadi populer dengan nama *Bank*. Bank Islam atau yang selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang beroperasi dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.³³

Antonio dan Perwataatmadja membedakan bank syariah menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariat Islam.

³³ Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 59

- 1) Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.
- 2) Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, adalah bank yang tatacara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadis, sementara bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tentang tatacara bermuamalat dalam Islam.³⁴

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 mendefinisikan Bank Syariah, adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³⁵

Hasil Pemaparan diatas mengenai Bank Syariah, bermuamalat menurut Islam yakni terbebas dari hal yang mengandung unsur *riba* (bunga), *gharar* (ketidakjelasan), *batil* (tidak sah) dan kegiatan *maysir* (judi). Bila dibandingkan dengan bank konvensional, *Islamic Banking* atau Bank Syariah memiliki keistimewaan. Dimana keistimewaan itu terletak pada sistem pengoperasionalnya yang tidak mengandung *riba*. Berikut adalah penjelasan mengenai perbedaan antara bank syariah dan konvensional.³⁶

³⁴ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h.2

³⁵ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta: LPFE USAKTI, 2009), Cet. Ke-1, h.46

³⁶ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h.34

Tabel 2
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

NO	BANK SYARIAH	BANK KONVENSIONAL
1.	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan.
2.	<i>Return</i> , yang dibiayai dan atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip Islam.	<i>Return</i> , baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan return yang diterima dari nasabah berupa bunga.
3.	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam.	Perjanjian dibuat menggunakan hukum positif yang berlaku.
4.	Orientasi pembiayaan tidak hanya untuk keuntungan semata akan tetapi juga <i>falah oriented</i> , yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	Orientasi pembiayaan untuk memperoleh keuntungan dari dana yang dipinjamkan.
5.	Hubungan antara bank dan nasabahnya adalah sebagai mitra.	Hubungan antara bank dan nasabahnya adalah sebagai kreditur dan debitur.
6.	Dewan pengawas terdiri atas BI, Bapepam, komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	Dewan pengawas hanya terdiri atas BI, Bapepam, dan Komisaris.
7.	Penyelesaian sengketa diupayakan terselesai secara musyawarah antara bank dan nasabahnya melalui peradilan agama.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri. ³⁷

Pembagian keuntungan merupakan perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional, dimana bank syariah menerapkan sistem bagi hasil, sedangkan bank konvensional menerapkan sistem bunga. Berikut adalah tabel penjelasan mengenai perbedaan antara bagi hasil dan bunga:³⁸

³⁷ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h.34

³⁸ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*. h.26

Tabel 2.2
Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga

No.	Bagi Hasil	Bunga
1.	Penentuan besarnya bagi hasil/rasio disepakati pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi usaha akan selalu menghasilkan keuntungan.
2.	Besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.	Besarnya presentase didasarkan pada jumlah dana/modal yang dipinjamkan.
3.	Rasio bagi hasil tetap tidak berubah selama akad masih berlaku, kecuali diubah atas kesepakatan bersama.	bunga dapat mengambang/variable, dan besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya bunga patokan atau kondisi ekonomi.
4.	Bagi hasil bergantung pada keuntungan usaha yang dijalankan. Bila usaha merugi, maka kerugian akan ditanggung bersama.	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah usaha yang dijalankan peminjam untung atau rugi.
5.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan yang diperoleh (keuntungan).	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipat ganda.
6.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama.

Sistem bagi hasil yang diterapkan bank syariah terbagi menjadi 3 jenis, yaitu :

- 1) *Profit Sharing* (bagi hasil), adalah sistem bagi hasil yang pembagian keuntungannya diperoleh dari suatu usaha.
- 2) *Gross Profit* (laba kotor), adalah sistem bagi hasil yang diperoleh dari pendapatan dikurangi dengan harga pokok biaya produksi.

- 3) *Revenue Sharing* (laba bersih), adalah sistem bagi hasil yang di peroleh dari pendapatan usaha yang dijadikan dasar perhitungan.

Bank konvensional menerapkan sistem bunga, dimana dalam bank syariah sistem bunga tersebut adalah riba dan haram hukumnya. Riba adalah pengambilan tambahan secara batil dalam suatu transaksi jual beli maupun pinjam meminjam yang bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam. Adapun jenis-jenis riba, sebagai berikut:³⁹

- 1) *Riba Qardh*, adalah suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap orang yang berhutang (*muqtaridh*).
- 2) *Riba Jahiliyyah*, adalah utang yang dibayar lebih dari pokoknya karena orang yang meminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan.
- 3) *Riba Fadhl*, adalah pertukaran antar barang sejenis dengan takaran atau kadar yang berbeda, sedangkan barang yang ditukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi.
- 4) *Riba Nasi'ah*, adalah penanggulahan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya

³⁹ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Pers, 2017), cet. Ke-27, h.41

B. Teori Kepuasan Pelanggan

1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, meniptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.⁴⁰

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa seperti perbankan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan yang sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumenpun akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pelanggan mereka sendiri saat

⁴⁰ Selvy Normasari, et.al, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 2 Desember 2013, diakses pada 26 April 2019, pukul 00.15, h. 334

menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.⁴¹

Beberapa indikator-indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

- a. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan.
- b. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis.
- c. Tidak ada pengaduan atau complain yang dilayangkan.⁴²

2. Pengukuran Tingkat Kepuasan

Dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terdapat beberapa metode yang digunakan, diantaranya yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya.⁴³

- b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial,

⁴¹ Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", jurnal Manajemen Vol 11 No 2 September 2016, diakses pada 26 April 2019, pukul 00.12, h. 231

⁴² *Ibid*, h.232

⁴³ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran, Edisi 3* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008), h.104

kemudian melaporkan temuan- temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.⁴⁴

c. *Lost customer analysis* (Analisa konsumen)

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat mengetahui mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.⁴⁵

d. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya. Dalam penelitian ini

⁴⁴ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran.....*, h.104

⁴⁵ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran.....*, h.105

menggunakan cara survei kepuasan pelanggan dengan mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan dimensi *servqual*.⁴⁶

3. Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan

Secara umum terdapat lima faktor utama penentu kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Dimensi kualitas produk

Mutu produk merupakan faktor kepuasan pelanggan yang pertama. Mutu produk adalah dimensi global yang terdiri dari enam elemen, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reability*, *consistency*, dan *design*. Produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen terhadap kinerja aktual produk tersebut.

b. Dimensi harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga yang murah merupakan sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga menjadi tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.⁴⁷

⁴⁶ Jurnal By Mekari “Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan” (On-line), tersedia di <https://www.jurnal.id/blog/2018-metode-mengukur-kepuasan-pelanggan/> diakses pada (15 November 2019)

⁴⁷ Ndaru Prasastono dan Sri Yulianto, “Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky fried Chicken Semarang”. Jurnal Dimensi Kepariwisata Vol. XI No. 2 Oktober 2012, h.17

c. Dimensi mutu pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas jasa (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*). *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh.⁴⁸

Mutu pelayanan (*service quality*) sangat tergantung pada beberapa hal yaitu: sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia menjadi kontribusi terbesar. Sehingga mutu layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan mutu produk dan harga. Salah satu konsep mutu layanan yang populer adalah *Servqual*. Berdasarkan konsep ini konsep layanan diyakini memiliki lima dimensi yaitu: *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*.

d. Dimensi emosional

Ketika konsumen akan melakukan pembelian akan ditemukan banyak faktor emosional. Yang ditawarkan oleh merek yang kuat seringkali ada faktor emosional. Dimensi emosional dibagi menjadi tiga faktor yaitu: estetika, *self expressive value*, dan

⁴⁸ *Ibid*, h.18

brand personality.⁴⁹

e. Dimensi kemudahan

Konsumen/pelanggan akan semakin puas apabila merasa mudah,nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Kepuasan nasabah dapat mempengaruhi tiga hal yaitu:

- 1) Dalam tingkat kepuasan maksimal maka diharapkan nasabah menjadi loyal.
- 2) Nasabah yang telah merasakan tingkat kepuasan terhadap produk yang digunakan akan menceritakannya kepada pihak lain.
- 3) Semakin tinggi kesadaran terhadap pengelolaan kepuasan nasabah maka keputusan konsumen untuk menentukan produk yang akan digunakan atau yang akan dikonsumsi didasarkan oleh persepsi nasabah.⁵⁰

4. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan. Begitu juga dalam hal muamalah. Muslim harus *qona'ah* mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak sesuai syariat Islam dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk

⁴⁹ Hendi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Gramedia, 2009), h.35

⁵⁰ *Ibid*, h.36

alasan menghidupi keluarga. Dalam QS At-Taubah:(59) dijelaskan bahwa:⁵¹

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا

إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: *Dan sekiranya mereka benar-benar ridha dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “cukuplah Allah bagi kami, Allah dan Rasul-Nya akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya. Sungguh kami orang-orang yang berharap kepada Allah”.* (QS At –Taubah:59).

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak lepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini dapat digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperolehnya. Berkaitan dengan penyediaan layanan pelanggan, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau yang disebut juga “*Total Islam Quality*” (TIQ), dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al Quran dan Hadits, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu:⁵²

- a. Harus didasari oleh kesabaran yang kuat.
- b. Komitmen jangka panjang.

⁵¹ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemah* (Semarang: Toha Putra, 1988) hlm. 156

⁵² Mohammad Toha, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Syariah BTM Surya Dana Tulung Agung* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2014) hlm. 45

- c. Perbaikan kualitas pelayanan terus-menerus.
- d. Kerjasama dan respek terhadap setiap orang.
- e. Pendidikan dan latihan.

C. Teori Keamanan

1. Definisi Keamanan

Salah satu yang menjadi aspek penting dari sebuah sistem informasi adalah masalah keamanan. Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi layanan *internet banking* dari ancaman dan penyalahgunaan rekening nasabah.

Sedangkan keamanan dalam bertransaksi *online* adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan disebuah sistme yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Karena sangat penting nilai dari sebuah informasi menyebabkan seringkali informasi yang diinginkan hanya boleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan yang salah akan menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu keamanan dari sebuah sistem informasi yang digunakan harus terjamin dalam batas yang dapat diterima.⁵³

Suatu layanan yang terjamin keamanannya akan memberikan kenyamanan bagi penggunaanya dalam bertransaksi. Keamanan merupakan salah satu faktor penilaian dari suatu kualitas layanan

⁵³ Ainun Fika Budi Aji Saputri, “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di TOKOPEDIA.Com”, Jurnal Ekonomi Bisnis, (Yogyakarta: 2015), h.18

produk. Jika suatu layanan terjamin keamanannya maka kualitas layanan tersebut baik. Sebaliknya, jika suatu layanan tidak terjamin keamanannya maka kualitas layanan tersebut buruk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan keamanan yang menumbuhkan nyaman bagi pelanggan sehingga pelanggan tidak khawatir dalam melakukan kegiatan bertransaksi dengan layanan yang ada. Tetapi jika keamanannya tidak terjamin maka pelanggan akan ragu dalam menggunakan layanan tersebut untuk melakukan kegiatan transaksinya.⁵⁴

2. Indikator Keamanan

Indikator-indikator variable keamanan, meliputi antara lain:⁵⁵

- a. Terjaminnya transaksi
- b. Kemudahan bertransaksi meliputi *cash on delivery* atau transfer
- c. Bukti transaksi melalui nomor seri pengiriman
- d. Citra penjuak *Online*
- e. Kualitas Produk

⁵⁴ Indra Ava Dianta, Edwin Zusrony, “Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Pengguna”, Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi, Vol.3, No.1, h.2

⁵⁵ Septi Mauludiyahwati, “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online”, Jurnal Ekonomi Bisnis, (Yogyakarta: 2017), h. 73

D. Kemudahan Penggunaan

1. Definisi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan (*easy of use*) adalah sebagai suatu tingkatan dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras bagi penggunanya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.⁵⁶

Atas dasar definisi tersebut kemudahan penggunaan *electronic channel* berarti kemudahan dalam memahami bila bertransaksi melalui layanan *electronic channel*. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal dari segi kualitas maupun keamanan agar lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Dengan demikian, bila jasa pelayanan *electronic channel* dipersepsikan mudah digunakan oleh para konsumen, jasa pelayanan tersebut juga akan dipersepsikan bermanfaat. Dengan logika yang sama, *electronic channel* yang dipersepsikan bermanfaat bagi para

⁵⁶ Fred D Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *Jurnal Management Information System* Vol. 13, No. 3, h.319

nasabah juga akan mendorong mereka mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut.⁵⁷

2. Indikator Kemudahan

Untuk merepresentasikan Variable kemudahan penggunaan agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, menggunakan beberapa indikator-indikator yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan dalam kuisioner. Indikator dalam kemudahan, antara lain:

- a. Mudah untuk dipelajari (*easy to learn*)
- b. Dapat dikontrol (*controllable*)
- c. Jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*)
- d. Fleksibel (*flexible*)
- e. Mudah untuk menjadi mahir (*easy to become skillful*)
- f. Mudah digunakan (*easy to use*)⁵⁸

Berdasarkan penjelasan di atas apabila para nasabah beranggapan *E-channel* mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabah. Apabila *E-channel* mudah pengoperasiannya, maka jumlah *user* akan bertambah. Sebaliknya jika *E-channel* sulit dalam pengoperasiannya, maka jumlah *user* akan berkurang. Kualitas layanan *electronic channel* akan

⁵⁷ Hadri Kusuma, Dwi Susilowati, "Determin Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* Vol. 11 No. 2, h.129

⁵⁸ *Ibid*, h. 129

meningkat apabila jumlah *user* semakin banyak. Karena jika pengoperasian yang sulit akan mengakibatkan jumlah *user* yang sedikit artinya kualitas layanan akan berkurang.

E. *Electronic Channel (E-Channel)*

1. Pengertian *Electronic Channel (E-Chann el)*

Menurut Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan didalam bukunya mengenai *E-Business & E-Commerce*, pengertian *electronic channel* atau *E-Channel* adalah layanan perbankan yang menggunakan media elektronik, baik itu *mobile*, SMS, internet, internet bisnis, dan *mobile-ATM*. Dengan layanan *e-channel* ini, serasa ATM ada dalam genggamannya. Transaksi yang dilakukan lewat layanan ini juga tidak perlu diragukan lagi keamanannya karena banyak bank yang sudah mendesain sistem keamanan berlapis yang sudah terjamin keandalannya.⁵⁹

Secara umum, *e-channel* adalah layanan perbankan yang menggunakan media elektronik, sama halnya dengan *e-banking*. Menurut Peraturan Bank Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, layanan yang menggunakan media elektronik yang memudahkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti ATM, *mobile banking*, *phone banking*, *electronic*

⁵⁹ Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*. (Yogyakarta: Percetakan ANDI, 2013), h.104

fund transfer, dan *internet banking*. Layanan ini juga di sebut *Electronic Banking* atau *e-banking*.

2. Layanan *Electronic Channel (E-channel)*

Electronic channel memiliki berbagai jenis layanan yang disediakan, diantaranya adalah MegaSyariah *Mobile*, Mega *Internet*, *EDC Mobile* Mega Syariah, *Cash Management System (CMS)* dan *Virtual Account (VA)*.⁶⁰

a. *Internet Banking*

Menurut Bank Indonesia, pengertian *Internet Banking* adalah salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan kita untuk mendapatkan informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan yang melalui jaringan internet. Ada 3 jenis kegiatan pada layanan ini, yaitu: *Informational Internet Bankig*, *Communicate Internet Banking* dan *Transactional Internet Banking*.⁶¹

Menurut Turban et al, *Internet Banking* merupakan perbankan yang menggunakan internet yang memungkinkan dilakukannya pembayaran tagihan, mendapatkan pinjaman dari bank, atau melakukan transfer antar rekening. Sedangkan menurut

⁶⁰ annual repot Mega Syariah 2018

⁶¹ Wiji Nurastuti. *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.112

Furst, *Internet Banking* merupakan sebagai saluran perpanjangan jarak jauh untuk mengantarkan jasa-jasa perbankan.⁶²

Internet Banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses selama 24 jam dengan menggunakan computer dan terkoneksi jaringan internet. Layanan ini akan memberikan kemudahan, keamanan dan kenyamanan bagi nasabah.

Keuntungan menggunakan layanan *Internet Banking*

- 1) Dapat menghemat waktu, karena nasabah tidak perlu lagi meninggalkan meja kerja untuk melakukan aktivitas perbankan, cukup menggunakan PC, laptop ataupun *smartphone* yang terkoneksi dengan jaringan internet.
- 2) Aman, dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis dengan dukungan keamanan jaringan SSL (*Secure Socket Layer*).
- 3) Transaksi *Real Time Online*, karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun melalui jaringan internet.
- 4) Satu akses untuk semua produk, dengan login hanya menggunakan satu *user ID* dan dapat sekaligus mengakses seluruh rekening yang dimiliki.

Keamanan *Internet Banking*

Menurut Raharjo, aspek keamanan yang harus dijaga pada *internet banking* adalah:⁶³

⁶²*Ibid.* h.113

⁶³ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, h.118

- 1) *Confidentiality*: dimana data-data harus diamankan dari penyadapan.
- 2) *Integrity*: data tidak boleh diubah tanpa izin yang berhak.
- 3) *Authentication*: untuk meyakinkan ID nasabah berdasarkan ID di situs web.
- 4) *Non-repudation*: terkait dengan kesediaan layanan, termasuk *up-time* pada situs web.

Peraturan mengenai *Internet Banking*

Menurut sabirin, bagi bank penyelenggara secara umum terdapat empat risiko manajemen yang terkait dengan penggunaan *internet banking*, diantaranya adalah:⁶⁴

- 1) *Technology risk*, yang berhubungan dengan kehandalan dan keamanan sistem dari berbagai bentuk manipulasi ataupun kebohongan.
- 2) *Reputational risk*, yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila pelayanan dari *internet banking*-nya tidak berjalan dengan baik.
- 3) *Outsourcing risk*, apabila bank yang bersangkutan sering menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *Internet Service Provider* (ISP), sehingga kemungkinan layanan ISP pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.

⁶⁴*Ibid*, h. 118-119.

- 4) *Legal risk*, dimana aspek hukum *internet banking* saat ini masih belum diatur secara jelas dan lengkap.

Dalam bidang pengawasan bank, Bank Indonesia telah cukup lama melakukan antisipasi, yaitu melalui pemberlakuan Surat Keputusan (SK) Direksi No.27/164/Kep/Dir pada tanggal 31 Maret 1995 tentang penggunaan Teknologi Sistem Informasi oleh bank. Surat Keputusan tersebut memuat terkait kewajiban melapor bagi bank kepada Bank Indonesia apabila bank yang bersangkutan memanfaatkan atau mengembangkan Teknologi Informasi. Namun demikian, peraturan yang mengenai *internet banking* baru diterbitkan pada tahun 2004 yang berupa Surat Edaran Bank Indonesia.

Pada tanggal 20 april 2004, Bank Indonesia menerbitkan Surat Edaran No.6/18/DPNP perihal Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (*Internet Banking*). Surat Edaran tersebut diterbitkan sehubungan dengan semakin berkembangnya pelayanan jasa perbankan melalui *Internet Banking* dan sebagai pelaksanaan lebih lanjut dari Peraturan Bank Indonesia No.5/8/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum (Lembaran Negara No.4292) serta kepuasan Direksi Bank Indonesia No.27/164/KEP/DIR tentang penggunaan Teknologi Sistem Informasi oleh Bank. Secara umum Surat Edaran tersebut berisikan

tentang pengertian *internet banking* sampai sanksi yang diberikan kepada bank apabila melanggar ketentuan yang ada.⁶⁵

b. Mobile Banking

Mobile Banking atau yang kerap kita kenal *m-Banking*. Fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone. Dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash serta dapat digunakan setiap saat (24 jam). Artinya, layanan perbankan electronic yang disediakan bagi nasabah untuk mengakses rekeningnya dan melakukan transaksi perbankan non-tunai dengan mengirimkan instruksi transaksi melalui telepon seluler atau handphone.⁶⁶ *Mobile Banking* ini memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan untuk para penggunanya. Hampir semua bank telah menyediakan layanan *m-banking* baik berupa SIMtolkit (Menu Layanan Data) maupun sms plain (sms manual) atau yang dikenal dengan istilah *sms-banking*. Untuk operator GSM sudah support untuk transaksi via *mobile banking* namun untuk operator CDAM masih ada yang belum mendukung layanan *mobile banking*.⁶⁷

⁶⁵ *Ibid*, h.120

⁶⁶ E-banking, "*Mega Mobile*" <https://www.bankmega.com/e-banking.php>, diakses pada 25 april 2019, pukul 11.24.

⁶⁷ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, h.110-111

Layanan ini dilengkapi keamanan kata sandi aplikasi untuk akses aplikasi *Mega Mobile* dan *PIN Challenge* yang bersifat dinamis untuk otorisasi transaksi finansial.

c. EDC (*Electronic Data Capture*)

fasilitas yang memungkinkan nasabah menggunakan alat *electronic data capture* (EDC) yang berfungsi untuk menerima transaksi dari kartu ATM Bank Mega Syariah dan kartu ATM anggota jaringan ATM Bersama. EDC biasanya berada di *merchant/took* untuk membaca transaksi yang dilakukan menggunakan alat pembayaran seperti kartu ATM, debit dan kartu kredit.⁶⁸

d. Cash Management System (CMS)

Fasilitas layanan perbankan yang diperuntukkan bagi nasabah Giro Utama iB untuk mengelola aktivitas transaksi maupun *monitoring* pada rekening gironya, sehingga menjadi efisien dari segi waktu, biaya dan administrasi. layanan ini juga menyajikan layanan berupa transaksi finansial, antara lain transfer antar rekening atau ke rekening bank lain, *payroll systems*, pembayaran tagihan hingga sistem laporan pembayaran, dan non finansial (informasi saldo, laporan historis transaksi, dan download sebagai media penyajian laporan keuangan) melalui media *microsite*. Fitur tersebut juga dapat diaplikasikan dengan fitur layanan lainnya

⁶⁸ Candra Ahmadi & Dadang Hermawan, *OpCit*, h.103

seperti *payroll systems* (pembayaran gaji karyawan), *co-branding card* (penyediaan kartu keanggotaan yang dapat juga digunakan untuk bertransaksi, berbelanja, dan sebagainya), *university payment* (pembayaran transaksi kemahasiswaan terkait dengan pendidikan, seperti pembayaran uang kuliah, uang gedung, uang semester, dan biaya perkuliahan lainnya yang diakomodasikan ke dalam menu ATM), *SMS Banking* (informasi perbankan melalui ponsel), *Web Banking*, penyediaan mesin EDC, mesin ATM hingga ke pembukaan kantor kas, sebagai bentuk pelayanan terbaik.⁶⁹

e. Virtual Account (VA)

Serangkaian nomor unik yang dibuat oleh Bank Mega Syariah untuk pelanggan perusahaan nasabah atau end-user untuk keperluan identifikasi pembayaran end-user kepada nasabah, sehingga mempermudah end-user melakukan pembayaran melalui seluruh channel Bank Mega Syariah dan channel bank lain serta nasabah dapat merekonsiliasi hasil pembayaran end-user secara cepat dan akurat.

⁶⁹ Website Resmi Mega Syariah, www.megasyariah.co.id, diakses pada 21 Juli 2018 Pukul 13.24 wib

F. Teori Kualitas Pelayanan

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Banyaknya nasabah yang menggunakan jasa perbankan untuk memenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi, maka kualitas pelayanan perusahaan tentunya menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan sesama bank. Selama bank dapat memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh nasabahnya dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan mendapatkan suatu nilai tambah tersendiri bagi bank tersebut. Karena, kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat pendapatan suatu perusahaan termasuk pula bank.

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan ilmu dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daa tanggap.⁷⁰

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga dapat menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh

⁷⁰ Cicilia desy, Widya Permatasari, “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online”, Jurnal Ekonomi. Universitas Dian Nuswantoro, Vol 15 No. 2.

perusahaan kepada konsumennya maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu: sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas pelayanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang populer adalah *ServQual* yang memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur-unsur kualitas pelayanan merupakan hasil temuan penelitian dari teori kualitas pelayanan yang disampaikan oleh A. Parasuraman sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan, parasuraman mencetuskan dimensi *servqual* (*Service Quality*). Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik *servqual* dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. *Servqual* memiliki lima dimensi, diantaranya adalah:⁷¹

a. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait

⁷¹ Woro Mardikawati, Naili Farida. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 1, Maret 2013. Universitas Diponegoro.

kecepatan, ketepatan waktu (*ontime*), tidak ada kesalahan, sikap simpatik dan sebagainya. Dibandingkan dengan empat dimensi kualitas pelayanan yang lain, dimensi ini dianggap paling penting dari berbagai industri jasa.⁷²

b. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Responsiveness adalah kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Karena membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negative yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman. Artinya, tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.⁷³

c. *Assurance* (Jaminan)

Assurance adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

d. *Empathy* (Kepedulian)

Empathy adalah meliputi kontak personil maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen,

⁷² Farida Jafar, *Manajemen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003) h.51

⁷³ Ibid, h.54

komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.⁷⁴ Yang dimaksud dalam dimensi ini adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

e. Tangibles (Bukti Fisik)

Tangibles adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan, teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.⁷⁵

3. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik atau Berkualitas

Jika perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Dalam memberika pelayanan yang terbaik perlu didukung oleh beberapa hal. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus dipenuhi oleh perusahaan, yaitu:

- a. Tersedianya karyawan yang baik
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- c. Bertanggungjawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai
- d. Mampu berkomunikasi dengan baik
- e. Terjaminnya keamanan dalam bertransaksi
- f. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

⁷⁴ Farida Jafar, *Loc.Cit*

⁷⁵ Farida Jafar, *Manajemen Jasa*..... h.51

- g. Berusaha memahami kebutuhan konsumen
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen⁷⁶

4. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Othman dan Owen memodifikasi dimensi kualitas pelayanan (*SerQual*) oleh Pasuraman yaitu dengan menambahkan satu dimensi. Satu dimensi yang ditambahkan adalah dimensi *Compliance* yang dikenal dengan *Compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam). Kepatuhan yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip perbankan Islam dan ekonominya.⁷⁷ Dengan adanya satu dimensi ini, pengukuran kualitas pelayanan dalam perspektif Islam dapat menggunakan metode CARTER begitupula dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa pada lembaga yang menjadikan prinsip syariah sebagai dasar organisasinya. Dalam penelitian perspektif Islam, maka pengukuran akan lebih sesuai karena bank syariah memiliki karakteristik lain disbanding bank konvensional yaitu dengan menerapkan prinsip syariah dalam pengelolaannya. Dimensi CARTER yang telah dikemukakan oleh Othman dan Owen yaitu:

⁷⁶ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) h.38

⁷⁷ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, "Adopting And Measuring Customer Service Quaity In Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House", International Juornal Of Islamic Service, Vol.3, No.I, 2001, h.10-11

1. *Compliance* (Kepatuhan)

Kepatuhan adalah kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam.⁷⁸ Dalam pelaksanaanya bank syariah tidak keluar dari ajaran Islam dan menciptakan kemaslahatan bagi nasabahnya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Insyiqaq ayat 5:⁷⁹

وَأَذِنتَ لِرَبِّهَا وَحُقَّتْ

Artinya: “*dan patuhlah kepada Tuhannya, dan sudah semestinya bumi itu patuh (pada waktu itu manusia akan mengetahui akibat perbuatannya)*”. (QS. Al-Insyiqaq ayat 5)

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah SWT memerintahkan setiap umat muslim untuk patuh kepada-Nya dalam hal apapun. Sama halnya bank syariah yang mana dalam melakukan kegiatannya harus patuh artinya harus sesuai dengan Al-Quran dan Hadits agar tidak melanggar prinsip syariah.

2. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan adalah dapat berupa keamanan, kenyamanan dan kejujuran guna untuk menghilangkan keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.⁸⁰ Hal ini juga meliputi beberapa

⁷⁸ Ibid, h. 11

⁷⁹ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cibinong: Pustaka Al-Mubin, 2013), h. 471

⁸⁰ Sunardi, Sri Handayani, “Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.2, No.11, h.88

komponen lain diantaranya komunikasi, kompetensi, dan sopan santun.

Hal tersebut dijelaskan dalam QS. Ar-Rahman ayat 9:⁸¹

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya: “*dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu*”. (QS. Ar-Rahman ayat 9)

Maksud dari ayat diatas menjelaskan bahwa dalam hal ini bank syariah dalam melakukan kegiatan operasionalnya harus berlaku adil dan juga jujur, penyampaian informasi terhadap nasabahnya harus sesuai dengan keadaan (fakta), apa adanya dan memberikan jaminan keamanan data nasabahnya.

3. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan adalah kemampuan pihak bank untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.⁸² Kewajiban menunaikan amanah dinyatakan oleh Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 58:⁸³

⁸¹ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cibinong: Pustaka Al-Mubin, 2013), h. 425

⁸² Sunardi, Sri Handayani, “Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohmah Indonesia”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.2, No.11, h.88

⁸³ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cibinong: Pustaka Al-Mubin, 2013), h. 69

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعْمًا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا
بَصِيرًا﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”. (QS. An-Nisa ayat 58)

Dari ayat diatas mengandung pengertian bahwa Allah SWT memerintahkan kita semua agar selalu menunaikan amanat dalam segala bentuknya. Bank syariah dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, artinya pelayanan yang bersifat amanah dan ketika diberikan kepercayaan untuk menjaga kerahasiaan data nasabah pihak bank dapat melakukan hal tersebut.

4. *Tangibles* (Wujud Fisik)

Wujud fisik adalah kemunculan fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan komunikasi. Bank syariah dalam kemampuannya menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. Penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah untuk menjalankan operasional perusahaannya memperlihatkan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawan dalam hal

berpakaian, berperilaku atau beretika.⁸⁴ Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf ayat 26.⁸⁵

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَیْكَ لِبَاسًا یُّوْرِیْ سَوْءَ تِکْمُ وَرِیْشًا وَّلِبَاسًا
الْثَّقَوٰی ذٰلِکَ خَیْرٌ ذٰلِکَ مِنْ ءَاٰیَتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ یَذَّکَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Artinya: “Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan, dan pakaian yang takwa itulah yang paling baik yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”. (QS. Al-A'raf ayat 26)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT menyerukan kepada setiap umatnya untuk menutup aurat dan berpakaian yang layak. Bank syariah yang berprinsipkan kepada Al-Quran dan Hadis tentunya akan mengutamakan cara berpakaian yang baik bagi staf dan karyawannya agar menutup aurat (berjilbab) dan sopan. Karena sudah menjadi salah satu pembeda antara bank syariah dan bank konvensional dari segi penampilan karyawannya, di bank syariah nasabah tidak akan menjumpai karyawan yang tidak menutup auratnya sebaliknya di bank konvensional nasabah akan dapat menjumpai karyawan yang tidak menutup auratnya.

5. *Empathy* (Kepedulian)

Kepedulian adalah kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

⁸⁴ Ibid, h.87

⁸⁵ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cibinong: Pustaka Al-Mubini, 2013),

Hal ini mengharapakan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik dan detail. Allah SWT menyerukan manusia untuk selalu berlaku adil dan berbuat baik kepada oranglain. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 90:⁸⁶

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ
وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ
لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (QS. An-Nahl ayat 90)

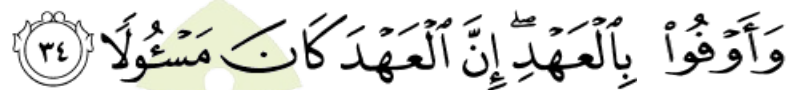
Dalam hal ini bank syariah dalam menyediakan produk dan juga memberikan pelayanan jasa yang baik, ketika nasabah mengalami masalah pihak bank tidak akan diam saja, akan tetapi mereka membantu dalam mencari solusi untuk masalahnya. Serta memberikan keringan bagi nasabah yang kurang mampu dengan memanfaatkan atau menggunakan dana Qardul Hasan (Dana Kebajikan)

6. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Daya tanggap adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Memberikan pelayanan yang cepat

⁸⁶ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cibinong: Pustaka Al-Mubin, 2013), h.221

(*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Karena membiarkan pelanggan menunggu akan menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Islam menganjurkan untuk bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang ditanggungnya. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra' ayat 34:⁸⁷



Artinya: “dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya”. (QS. Al-Isra' ayat 34)

G. Tinjauan Pustaka

Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Eny Kustiyah, Dewi Wahyuningsih

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Transaksi *E-Banking* Pada Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi Solo” Sumber Jurnal GEMA, tahun XXVII/49/Agustus 2014 – Januari 2015, dengan metode penelitian kuantitatif serta memiliki 6 indikator yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, *empathy* dan kepuasan transaksi nasabah dan 100 *responden*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh layanan *e-banking* yang

⁸⁷ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Cibinong: Pustaka Al-Mubin, 2013), h. 227

meliputi *tangibles, reliability, responsive, assurance, empathy* terhadap kepuasan transaksi nasabah secara simultan, dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “Diduga terdapat pengaruh layanan *e-banking* terhadap kepuasan transaksi nasabah secara simultan” terbukti. Perbedaannya penelitian terdahulu meneliti tentang *e-banking* terhadap kepuasan transaksi nasabah saja sedangkan penelitian sekarang lebih menjelaskan variable yaitu tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan nasabah terhadap kualitas pelayanan *e-channel*.⁸⁸

2. Gaby I.M Walandouw, Peggy A Mekel, agus S. Soegoto

Penelitian yang berjudul “Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan nasabah Bertransaksi *E-Banking* Melalui Kartu Debit Taplus BNI” Sumber Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014. Metode penelitian kuantitatif serta memiliki indikator: kualitas pelayanan, citra merek dan kepercayaan dengan 100 *responden*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepercayaan nasabah terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian terdahulu membahas mengenai citra merek terhadap kepercayaan sedangkan penelitian sekarang tentang tingkat kepuasan,

⁸⁸ Eny Kustiyah, Dewi Wahyuningsih, “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Transaksi E-Banking Pada Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi.” (Solo: Universitas Islam Batik Surakarta). Diakses pada Kamis, 04 April 2019 pukul 19.25.

keamanan dan kemudahan nasabah terhadap kualitas pelayanan *e-channel*.⁸⁹

3. Mario Ledesman

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya” tahun 2018. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif, dengan jumlah *responden* 78 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada BSM KC Bandar Jaya. Perbedaan penelitian terdahulu berfokus pada variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan untuk menarik minat nasabah, sedangkan penelitian sekarang variabel tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan nasabah terhadap kualitas pelayanan *e-channel*.⁹⁰

4. Fifi Chopipah

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Klik BCA Terhadap Kepuasan Nasabah” tahun 2013. Metode penelitian yang digunakan Kuantitatif dengan jumlah *responden* 90

⁸⁹ Gaby I.M Walandouw, Peggy A Mekel, agus S. Soegoto, “Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan nasabah Bertransaksi *E-Banking* Melalui Kartu Debit Taplus BNI” (Manado: Univ Samratulangi, 2014), Diakses pada Minggu, 07 April 2019 pukul 11.00.

⁹⁰ Mario Ledesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya” (Lampung: UIN-RIL, 2018) Diakses pada Rabu, 27 Maret 2019 pukul 20.22.

orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *internet banking* klik BCA dari dimensi *efficiency*, *fulfillment*, *reliability* dan *privacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian terdahulu meneliti hanya berfokus pada kepuasan nasabah sedangkan penelitian sekarang tingkat kepuasan, keamanan dan kemudahan terhadap kualitas pelayanan *e-channel*.⁹¹



⁹¹ Fifip Chopipah. O, "Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Klik BCA Terhadap Kepuasan Nasabah" (Jakarta: UIN Syarif Hidayyahtullah, 2013) Diakses pada Diakses pada Minggu, 07 April 2019 pukul 11.24.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Agama, Departemen. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Cibinong: Pustaka Al-Mubin. 2013.

Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Percetakan ANDI, 2013.

Al-Quran Terjemah. Cibinong: Pustaka Al-Mubin, 2013.

Antonio, M Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Pers, 2017.

Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, IV*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Jafar, Farida. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2003.

Karim, Adiwarmanto. A. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.

Kasmir, *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005.

Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011.

Muhamad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.

-----, *Dasar-Dasar Perbankan, Edisi Revisi 2014*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.

Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Santoso, Totok Budi. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.

Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.

Subagyo, P Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori & Prakti*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.

------. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sujarweni, V Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Batru Pers, 2015.

Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE USAKTI, 2009.

Jurnal

Ainun Fika Budi Aji Saputri. Skripsi: Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di TOKOPEDIA.Com. Yogyakarta: 2015

Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MISQuarterly* Vol 13 No 3

Eny Kustiyah, Dewi Wahyuningsih. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Transaksi E-Banking Pada Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi Solo. *Jurnal GEMA*, th. XXVII/49/Agustus 2014-Januari 2015. Solo: Universitas Islam Batik Surakarta, 2015.

Fifip Chopipah. Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Klik BCA Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi Manajemen, Jakarta, 2013.

Gaby I.M. Walandouw, Peggy A. Mekel, Agus S. Soegoto. “Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Nasabah Bertransaksi E-Banking Melalui Kartu Debit Taplus BNI”. *Jurnal EMBA* Vol.2 no. 2 Juni, Universitas Samratulangi: Manado, 2014.

Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen* Vol 11 No 2, September 2016.

Mario Iledesman. Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*. Skripsi Perbankan Syariah, Bandar Lampung, 2018.

Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen. Adopting And Measuring Customer Service Quality In Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House. *International Journal Of Islamic Service*. Vol.3, No.1, 2001.

Indra Ava Dianta, Edwin Zusrony. *Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Pengguna*. *Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*. Vol.3, No.1. 2009.

Hadri Kusuma, Dwi Susilowati. Determin Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* Vol. 11 No. 2. 2010.

Website

Berbagaireviews. "Riba, Pengertian dan Jenis-Jenis Riba, Usury (alrriba). <https://www.berbagaireviews.com/2017/03/riba-pengertian-dan-jenis-jenis-riba.html>, pada tanggal 03 April 2019.

<https://www.megasyariah.co.id/id-id/ebanking/mobilebanking>, Diakses pada Kamis, 04 April 2019 Pukul 20.50.

Layanan *Internet Banking: Electronic Banking (E-banking)*, <https://www.aturduit.com/articles/panduan-perbankan/jasa-dan-layanan-bank/>. Diakses Kamis, 04 April 2019.

Website Resmi Bank Mega Syariah. www.megasyariah.co.id. Diakses pada 09 April 2019.